

特别策划 张家界市 2018年度旅行社十佳外联工作者 系列访谈



4日晚上，身在越南的田志按约定时间与记者开了视频。整个采访过程中，记者听到的最多的一句话是“不被后浪拍在沙滩上”，对田志来说，这一半是谦虚，一半是现实。

田志出生于1978年，土生土长的张家界人。最开始，他在东莞打工。工友得知他来自张家界，便问：“张家界旅游那么好，你怎么还出来打工？”这一问，点醒了田志，他于1997年回到张家界考导游证，并给自己定了职业发展方向，先做两年导游，再专攻地接或市场。

田志开始做地接的时候，他的一位兄长正踏上东三省的拓荒之路。他是2000年5月去的东三省，那时候张家界市场在这一片是空白。兄长从湖南经山东到达沈阳的时候，兜里只剩下700



罗杰，张家界市外联中部片区联系人，五十多岁，江西人，1999年就远赴山东从事旅游外联方面工作，至今已逾二十载。现为山东领航假期国际旅行社有限公司负责人。

那时候网络不发达，手机、BB机都没有，最好的就只有电话、传真机，我们就给各大旅行社打电话，宣传张家界。没有资金投入广告，就打印出传单进行发放，很多时候都还是手写的，然后每人背着一大袋往返于各个地级市、县，不管天冷天热，日复一日，长年累月，有旅行社的地方就有我们，为的就是多跟当地旅行社进行接触，增加印象。当时好多人都不知道张家界，都以为是张家港。从罗杰平淡的话语中记者仍感受到了当年的不易。

罗杰提到2012年可以算是一个转折点，信息



黄寒，32岁，负责中部片区外联，张家界市三家馆乡人，张家界华亚国际旅行社济南分公司负责人。2004年开始在山东从事旅游方面工作，常年往返于各个市县，最终扎根于济南，从最初的一个业务员逐步成为分公司负责人。

一开始，完全就是双腿在路上走出的成绩。在谈及最初的外联工作开展时，黄寒颇有触动。那时条件十分艰苦，黄寒和他的团队在确立“鲁湘之旅”品牌时，连个像样的办公室都没有，电脑也还没有普及，网络不发达，再加上人生地不熟，简直就是雪上加霜。没有人脉，没有经验，没有钱，每人就硬着头皮扛着百十斤的张家界宣传册去到各个区县给各个旅行社发放，累了就找一个招待所休息，效率很低。白眼、嘲笑更是常有的事，但他们不在乎，一心只想做好自己的工作。我一开始就是个小业务员，为了多跑几个旅行社基本都是五六点起来坐

越努力越强大

访张家界中国旅行社部门经理田志

本报记者 赵清清

来块钱，花300多买了一辆自行车，第一天就跑了7家旅行社，并成功拿下了7个人的小包团，这一笔赚了2000多块。三个月后，兄长就做了沈阳到张家界的包机。

2009年，田志也来到北方做市场。不同于最早一批外联人启蒙式的做法，这个节点做市场，更适合打靶式做法。抓住客户现有产品短板，直击痛点，帮客户解决后顾之忧，田志说，当时张家界已经名声在外，他需要做的就是把自己的产品优势告知客户，帮助客户赚得利益，赢得回头客。

我的第一位客户，至今是我的朋友。2009年春节刚过，田志联系到一个潜在客户，立马从沈阳飞到北京，谈了一个多小时，成了。那一年，这位客户送了1000多人。问及谈下第一位客户的秘诀，田志直言：老老实实做人，想客户之所想。

田志评价自己是个内向、腼腆的人。从他回答记者问题的干脆和简练来看，确似如此。所以，每次和客户谈合作的时候，他虽言语不多，但句句中肯，再加上前些年做地接时积攒的人气和口碑，业绩还不错。2017年，田志从东北、西北市场招徕人数5万人，2018年6万多人，现在担任北部片区的总联络员。

2018的成绩，我不太满意。田志原本计划增幅40%，可惜没有实现。今年，他希望自己更加努力，从产品设计、产业布局等方面着手，将产品和服务做到极致，旅游行业，人才辈出，要更努力，才能不被后浪拍死在沙滩上。

新的一年，田志还建言政府进一步改善全市的基础设施建设，加强景区宣传营销，提升市民素质。有一天，等我们足够强大了，客户就会主动上门，我们外联这份工作就没有存在的必要了。我很乐意看到这一天的到来。

以服务得人心

访山东领航假期国际旅行社有限公司董事长罗杰

实习生 陈仕钊

时代飞速发展，经过多年的打拼，人员经验、公司资金也都有一定的积累，他们在报纸、网络等各大媒体上发表文章，以及投放广告，给旅行社赞助等进行对张家界的宣传。如今公司业务范围扩展，不仅仅是接待来张家界游玩的客户，更有许多来张家界进行职工疗养、老年疗养的人员，涵盖大巴、高铁、飞机多种交通方式，年招徕人數基本都能到达两万余人。

平常心很重要，早些时候在进行外联工作时经常会遇到旅行社的不理睬、各种白眼等，早就习以为常，看淡了，我们就尽心尽力地做好自己的工作，不怨天尤人。没有一开始兢兢业业做事的平常心，也就没有我们的今天。罗杰对外联这方面有着自己的看法，他认为随着社会不断的进步发展，人们出行方式选择越来越多，越来

越方便，再加上全国全域旅游的开发和兴起，无形中给张家界旅游业带来了压力，这就需要外联让游客们加深印象，不仅是普遍的宣传，更要注重服务，使游客们认可张家界，愿意来张家界玩。

这次当选为张家界市十佳外联人我非常高兴，从1999年至今我们接待了近25万游客。说起外联这项工作，从小处来说就是为了改变自己的生活，提升自我的生活质量，从大处来说，是为了改变张家界市的落后状况，通过旅游促进张家界市的发展。我见证了公司招徕人数从少变多，见证了张家界外联力量从小到大，见证了张家界市旅游发展态势逐步走向良好，作为一个外联人我感到十分的骄傲与自豪，希望张家界的明天会更好！罗杰说道。

外联在路上

访张家界华亚国际旅行社济南分公司总经理黄寒

实习生 陈仕钊

车去各个区县，记忆最为深刻的是，为了给一位老总宣传张家界，在冷风嗖嗖的外面等了四十多分钟才得以进去。往事历历在目，黄寒记忆犹新。

宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。经过前期摸索以及不懈的努力和坚持，黄寒和他的同伴们最终打响了“鲁湘之旅”品牌，在山东省“旅游365”节目上做了张家界地区的宣传者，并于4年前成立了华亚国际旅行社，有了济南分公司，在2016年更是招徕了19000余名游客，主要来自济南、淄博、潍坊三个地方。当记者问及外联成功之道时，他说做到诚信、正直、创新是使自己取得今天成绩的重要原因。

从最初客户怀疑的眼光到现在成为客户来张家界旅游的首选，诚信一直在路上。我当初因过度信任客户还被骗了，借条都扔好多了。黄寒笑着说道。正直，就是公司从一开始到今天，所承

诺的都是实打实的服务，什么样的价格配什么样的服务，绝不虚伪，不欺瞒客户。说到创新，黄寒的话语中透露出一丝自豪：如今网络发达，市场竞争很激烈，我们就实行了“点对点”式服务，每个区县都有对接点，客户只需联系我们确定出行方式和时间，其他的我们都会办好，以人为本，客户方便又放心。

离开家门16年，我是从外联工作中一步步成长起来，也是看着张家界市旅游一步步发展，随着武陵山大道的全面通车和高铁的到来，张家界旅游更会乘势而上。这次能获得外联十佳入选人是市政府对我的激励，政府作为我们坚强的后盾，我们外联人将更加努力，共创辉煌！黄寒自信满满。